
Г.Г. Хазагеров
РИТОРИЧЕСКИЙ
МАНИФЕСТ

УДК 808.53
ББК 80.7
Х12

Хазагеров, Георгий Георгиевич

Х12 Риторический манифест / Хазагеров Г.Г. — Ростов-на-Дону: Издательство Ростовской риторической школы, 2020. — 45 стр.

Верстка — Анна Бондарева, Тамара Приходько
Дизайн — Анна Бондарева

Издательство выражает благодарность Михаилу Шаранде за шрифт Manrope

УДК 808.53
ББК 80.7


[Pagina vacat]

От автора

Этот манифест представляет собой комплекс новых идей и практических соображений по поводу коммуникации в современном мире. Эти идеи — результат соединения экологического мышления с теми ресурсами риторического наследия, которые обычно не используются в решении современных коммуникативных задач.

Этот манифест продиктован дефицитом свежих идей на фоне нарастающих проблем, исчерпанностью и социальной безответственностью постмодернистской парадигмы, назревшей необходимостью углубить когнитивный подход к языку, сделав его более инструментальным и менее фаталистичным.

Мы приглашаем к сотрудничеству гуманитариев, озабоченных современными коммуникативными проблемами, в том числе и проблемой научного дискурса, в котором на рубеже столетий обозначились опасные симптомы деградации коммуникативного пространства. И, конечно, в первую очередь мы обращаемся к тем, кто озабочен судьбой риторики в современном мире.

Ростов-на-Дону
06.11.2019

[1]

Культивирование коммуникативного пространства. Убеждающие речи как экосистема

Сегодня под риторикой понимают либо (1) науку о манипулировании, игру с нулевой суммой: если ты чего-то добился, то твой контрпартнер что-то потерял, либо (2) пустую болтовню с претензией на красивость, либо (3) древнее искусство, время которого прошло, либо, наконец, (4) теорию и практику убеждающей речи.

1) Понимание риторики как «продавливания» решения, выгодного говорящему, но невыгодного другим, — «черная риторика» — это тупик, так как это проповедь асоциального поведения в социуме — Макиавелли на службе у обывателя, софистика для бедных. Понятие выгоды не может быть сведено к игре с нулевой суммой. В этом смысле всякий бизнес должен представляться жульничеством. Подобные представления свидетельствуют о низкой социальной культуре общества, где они возникают.

2) Понимание риторики как красивого пустословия несостоятельно исторически. За ним стоит отождествление красоты с бесполезностью («друг Аркадий, не говори красиво») и эстетический обскурантизм — Савонарола для того же обывателя. Такой подход, впрочем, имеет давнюю традицию, которую можно и нужно изучать в рамках риторики, как это сделано, например, в «Демонтаже красноречия» Ренаты Лахманн.

3) Понимание риторики исключительно как античной практики — это ограничение собственного мышления теми инструментами, которые находятся под рукой, и отказ от обращения к прошлому опыту.

4) Понимание риторики как науки об убеждающей речи можно принять с одной оговоркой. Оговорка вызвана тем, что это в целом правильное понимание имеет два общих свойства с предыдущими трактовками: оно пренебрегает причинно-следственными связями и игнорирует влияние речей друг на друга, т. е. не учитывает экологический аспект убеждающей речи.

Следствия даже ординарной убеждающей речи не исчерпываются тем, успешна она или нет. В такую схему не укладывается, например, представление о репутации говорящего. Но последствия активного речевого поведения, имеющего значительный удельный вес или престиж в коммуникативном пространстве, могут длиться десятилетиями. При этом разные дискурсы влияют друг на друга. Разве мы не знаем, как математические способы рассуждения повлияли в свое время на другие убеждающие речи? Литература — на развитие судебного красноречия? А разве сегодня не влияет на наши посты в социальных сетях рекламный дискурс или политическая пропаганда? По советскому тоталитарному опыту мы видим, как массированная пропаганда оказывает пролонгированное влияние на последующую коммуникацию, причем не всегда это то влияние, которое планировалось. Включаются механизмы обратной связи, как положительной, так и отрицательной. Простейший пример первой — речевая агрессия и неумение слушать собеседника как отдаленное следствие тоталитарной риторики. Пример второй — языковой цинизм, осмеяние всего и вся как следствие того же явления. Знаменитый бахтинский «карнавал» — следствие преобладания эпидейктических речей, прежде всего проповедей, в средневековом дискурсе. Характерно, что нелюбовь самого Михаила Бахтина к риторике была, по сути дела, нелюбовью к эпидейктическому красноречию, учительности, господствующей в советском официозе. Против такой риторики и было направлено его учение о диалоге. Таким образом, массовое риторическое поведение влияет и на отношение к риторике, и на толкование ее. Те три заблуждения относительно риторики, которые были названы выше, — следствие современной риторической практики.

Риторику следовало бы определить как теорию и практику убеждающей речи в контексте глобального коммуникативного пространства.

Несчитанный потенциал классической риторики

В основе риторического самосознания лежало представление о культивировании пространства речи. Речь некультивированная — варварская, культивированная — признак цивилизации. Уже во времена классической риторики ее связали с воспитанием, и именно эту сторону дела — humanitas — подхватили гуманисты Возрождения.

Сегодня к этому близки те, кто связывает риторику с приданием формы, с формированием, с приданием образа (образованием в буквальном смысле слова). У Цицерона это informacio (знакомое слово, не правда ли?), т. е. опять-таки формирование, образование. Формируется личность, формируется язык, формируется общество.

Но в идее культивирования заключены зачатки другой очень актуальной сегодня идеи — экологии. Несчитанный потенциал древней риторики — это экологическое мышление, забота об общем коммуникативном благе. С нашей точки зрения, не считаны и не адаптированы к современности две вещи: отношение к прагматике и отношение к языковой рефлексии.

Отношение к прагматике. Три прагматики

Сильная сторона прагматического мышления — телеологичность, примат цели. Мы говорим не вообще, а зачем-то, и это всегда надо ясно осознавать и в позиции говорящего, и в позиции слушающего. Есть ли, однако, у такого мышления издержки?

Легко представить себе ситуацию, когда, ставя одну цель, мы мешаем достижению других целей, дружественных по отношению к нам же. С точки зрения нашего же блага мы не заинтересованы в тиражировании агрессии, как не заинтересованы в распространении примитивного языка. Но как рекламодатели мы вводим рекламу «Замочи скуку!», надеясь добиться ближайшей цели — сбыть товар. Сегодня на страже общего коммуникативного блага стоят лишь ограничительные законы, вмешивающиеся, неизбежно грубо, в тонкую материю языка. На страже общего блага стоят также не очень эффективные поучения адептов культуры речи, защитников так называемого «риторического идеала», отвечающего скорее мечте, чем социальной реальности.

В классической риторике ближняя прагматика (ближайшая цель) и дальняя прагматика (общее коммуникативного благо) были двумя практически нерасторжимыми сторонами одной и той же медали — культивирования.

В этом отношении не только черная риторика, но и любые тренинги, и любая реклама, и PR уступают античной риторике, так как не имеют собственной, «встроенной» защиты от варварства, передоверив это полицейским методам. Там, где на страже стоял культивированный вкус, теперь только полицейский с дубинкой.

Как удавалось античной риторике добиваться баланса ближней и дальней прагматики без видимых усилий? Почему это не получается сегодня? Можно ли что-то заимствовать из прошлого опыта и перенести в сегодняшний день?

Легче всего ответить на второй вопрос: почему так не получается сегодня? В сегодняшней теории и практике риторики момент культивирования ослаблен, момент прагматики сужен до ближней прагматики. Почему одни люди сортируют мусор, а другие нет? Одни не используют пластик, а другие используют? Потому что «других» этому не учат, в их социуме еще не созрели и не получили одобрения экологические идеи. А где учат тому, как гармонизировать эффективность речи с дальними целями говорящих? Есть ли такие школы? Риторически ориентированные тренинги знают только один критерий — ближайший успех. С другой стороны, призывы «беречь язык», как мы видим, не действуют. В аудитории преподается культура речи, а в коридорах стоит самый примитивный мат. Ближняя и дальняя прагматика разорваны в самом нашем мышлении и понимаются только в противопоставлении друг другу или принудительном согласовании.

Почему это получалось раньше? Известную роль играла та самая «избыточная» красота как достоинство речи. «Украсить» и «упорядочить» имеют общий концепт (стройность) и связаны с общим словом — «космос» (миропорядок и украшение: «макрокосм» и «косметика»). Но главную роль играло само представление о достоинствах речи. Ведь красота лишь одно из достоинств. Представление о достойной речи держалось благодаря школе, престижу, желанию быть «мужем Рима», а не вандалом, держалось на самоуважении, на вере в слово, на восхищении перед Словом. Поэтому хорошая речь не только приносила победу на форуме, но и развивала сам язык.

Поясним эту сложную мысль простым примером.

Один автор, отнюдь не сторонник Дональда Трампа, сравнил его успех с успехом Цицерона, заметив, что оба автора широко пользуются гиперболой. Но Цицерон много сделал для развития латинского языка и долго был образцом стиля даже для отцов церкви. Претендует ли на такую роль Дональд Трамп? Каковы его достижения в развитии английского языка?

Можно ли в наше время вернуть такое положение дел, когда быть успешным —значит развивать коммуникацию, а не заигрывать с деградацией?

Прежде чем попытаться ответить на этот вопрос, упомянем еще один вид прагматики, не совпадающей с ближайшей целью, но и не связанной непосредственно с общим благом. Речь идет о том, что, произнося речи, нам следует заботиться и о своей будущей репутации. Назовем это отложенной прагматикой. Этот

феномен сразу же разрушает обаяние всевозможных черных риторик. Кому выгодно прослыть плутом?

Чтобы приблизиться к самой постановке задачи культивирования коммуникации в сегодняшних условиях, мы вводим понятие трех прагматик. А вот чтобы решать такую задачу, надо от античного культивирования перейти к сегодняшним категориям и к тем инструментам, которые работают сегодня. Но сначала еще об одном античном ноу-хау, рассуждение о котором может нам пригодиться.

Отношение к рефлексии

Академик Аверинцев говорил, что греки изобрели рефлексию. И до греческой риторики люди умели красноречиво говорить, но греки обратили свою мысль на то, как устроена речь, сама речь стала предметом их речи. Это и есть языковая рефлексия.

Как работала эта рефлексия на культивирование языка? Существует устойчивая привычка ругать классическую риторику за обилие терминов. С нашей точки зрения, это значит пытаться отнять у этой риторики ее основной механизм. Действительно, терминов было много. И обычный гуманитарий наших дней имеет на слуху лишь их десятую часть. Термины были запутанны. В этой терминосистеме процветали многозначность, доходящая до омонимии, синонимия, доходящая до тавтологии и, сверх всего, наблюдался явный дефицит внятных дефиниций. Классификации, действительно, не отличались логической строгостью. Никакой согласованности в них не было, и, кажется, не было и какого-либо прогресса в движении от плохих систематизаций к хорошим. Но поскольку эти плохие классификации работали на упорядочение коммуникативного пространства, а наши, хорошие, похоже, вообще не имеют никакого отношения к реальности, ситуацию следует рассмотреть более внимательно.

Прежде всего, имеем ли мы право прилагать современное понятие «термин» и «систематизация» к античным спискам? Не требуем ли мы от классической риторики решения задач, которые перед ней не стояли? Не лучше ли научиться у нее тому, что не получается у нас?

В настоящее время существует явление, функционально близкое к риторическим каталогам. Это явление именуется журналом мод. В этих журналах мы видим множество нестрого определенных и текучих терминов. Мы видим яркие иллюстрации описанных явлений. В журнале это модели, в риторике это парадигмы, т. е. примеры, позволяющие увидеть, как «играет» явление. Мы находим в журналах не прескрипцию, но и не научную дескрипцию. Мы видим нечто третье — предложение, опцию. Но любой современный гуманитарий должен почувствовать комплекс неполноценности, если задумается над тем, как быстро и безоговорочно облетает мода земной шар.

Там были мужи Рима, здесь — жены Земли. Первые хотели быть безупречными в речи, вторые — в облике. Ни там, ни здесь никого не принуждали, не издавали подробных циркуляров. В этом смысле известное сравнение «риторика — вторичная грамматика» явно хромает на обе ноги. Первая нога — если продолжать метафору — жесткость в выборе варианта, норма, без которой плохо работает грамматика. Вторая нога — само вариантное мышление, которое так замечательно работает в грамматике и даже функциональной стилистике и совсем не работает в риторике. Мода, как и риторика, это не выбор готового платья (языкового варианта) из шкафа (набора синонимов), а приглашение к творчеству, направление которого задано нежестко. Грамматический и стилистический вариант предполагает набор дискретных единиц, а риторическая фигура задает метаплазм, направление лепки речи. Когда я использую повтор, я не выбираю этот прием из коробки приемов, я использую всевозможные повторы. У меня континуум вариантов, умещающихся в некий тренд. Кто мне мешает сделать анафору двучленной, или трехчленной, или переплетенной с другими анафорами, как это бывало, например, в древнерусском торжественном красноречии?

Номинация плюс иллюстрация оказались действенным механизмом упорядочивания без внешнего принуждения, механизмом той самоорганизующейся риторики, в которой три прагматики оказывались слитыми вместе. Не последнюю роль здесь сыграла красота, привлекательность примера.

Почему же и сегодня это можно делать с модой на одежду и нельзя делать с языковой модой? Ответ очевиден. Самый лучший лингвистический журнал не имеет авторитета, соизмеримого с журналом мод. Научный журнал гонится за призраком солидности, которую он зачастую теряет, но он не гонится за привлекательностью. Можно, конечно, скривиться на этом слове. Но ведь привлекательность — это компас, который удерживает нас в зоне языковой рефлексии, который указывает, что мы рассуждаем о языке вместе с носителями языка. Сегодня лучшие лингвисты строят на этом свои лекции на YouTube. Но сегодня же работает фабрика научного спама, поставщики которого вовсе не задумываются над устройством языка, а лишь соблюдают бюрократические правила, необходимые для публикации и, следовательно, сертификации.

Помимо ближней прагматики — достижения цели речи, — целесообразно рассматривать дальнюю прагматику как достижение общего коммуникативного блага и продолженную прагматику как достижение благоприятной репутации. В классической риторике эти прагматики работали друг на друга: выступивший с успешной речью на форуме в то же самое время развивал язык и риторические приемы и зарабатывал репутацию хорошего оратора. В настоящее время ничего подобного не наблюдается. Целый ряд технологий вообще не озабочен дальней прагматикой и даже репутацией говорящего. Эффективность речи и речевая культура сопрягаются неубедительно и лишь в теории в «культуре речи» или в «мак-

симах речевого общения». Можно было бы поставить цель достигнуть в новых условиях такого же единства прагматик, как в древности. Для этого риторическое образование должно быть кардинально реформировано. Нам представляется, что для этого надо от метафоры культивирования перейти к понятию адаптации.

У классической риторики был ругаемый почти всеми современными авторами механизм квантования коммуникативного пространства с помощью номинации (придумывания обозначения) и иллюстрации (парадигмы). Это отсутствие жесткости в классификации и обилие нестрогой терминологии позволяло творчески подходить к поименованным прецедентам. Отправной точкой мысли был не вариант, как в современном языкознании, а метаплазм. Все это при наличии заинтересованности со стороны общества создавало некую коммуникативную самоорганизацию. В наше время к этой технологии наиболее близок журнал мод. Однако в языке такой технологии нет, и задача создать нечто подобное никем не ставилась. Для нас важно понять, что эта технология не есть прескрипция, но не является она и академическим описанием — дескрипцией. Это рекомендация, но рекомендация авторитетная, что и позволяет ей работать. Откуда взять авторитетность — этот вопрос будет рассмотрен ниже.

Дискурс и гомеостаз. Адаптация

Балансировать между крайностями непросто. Сюда надо направить сознательные усилия ученых. Для этого и нужна экологически ориентированная риторика.

Решительное применение экологических идей в риторике

Экологическая лингвистика существует уже сегодня, и существует давно. Но, во-первых, она не распространяется на риторику, во-вторых, она заимствовала из экологии главным образом идею окружающей среды. При этом одни авторы под средой понимают общество, другие, напротив, мыслят язык как среду, в которой существует общество. Разумеется, в поле зрения попадает и понятие выживаемости, сохранения разнообразия, в частности и преимущественно в отношении редких языков. Внутри одного языка теоретический аппарат разработан мало. Даже «оскудение языка» не стало работающим понятием, несмотря на угрожающее распространение коммуникативной неграмотности.

«Коммуникативная неграмотность», т. е. неумение понять смысл и интенцию текста при умении читать и неумение написать внятный текст, выражающий авторскую интенцию, при умении писать — почти единственная номинация, имеющая отношение к экологии языка. Но и здесь причины исследованы недостаточно, а вопрос о реабилитации коммуникативного пространства теоретически не ставился. Есть лишь отдельные меры «борьбы с коммуникативной неграмотностью», которые пока не зарекомендовали себя.

Экология имеет дело с системами, причем с адаптивными системами. Но лингвистические дисциплины не знают адаптивных систем. Система понимается только в соссюрианском смысле — как взаимная обусловленность единиц языка. Даже в диахронии, на которую благоразумно не распространял свое понятие системы Фердинанд де Соссюр, изменения, обусловленные приспособлением единиц языка друг к другу, вроде следствий падения редуцированных, не рассматриваются в терминах адаптации, что естественно, так как двигателем адаптации неизбежно должен быть признан живой человек, а не языковой знак. Что же касается речи, понятие системы здесь вообще не употребляется. Все прошлые дискуссии о системности затрагивали язык, но не речь. Однако для риторики именно системность речи имеет первостепенное значение.

Общество является системой само по себе, причем системой адаптивной, что, в частности, проявляется в сфере языка на всех его уровнях. В адаптивных системах важно не только то, что один элемент обусловлен другим, но и то, чем он обусловлен. В живых системах он обусловлен внутренними причинами — адаптацией, жизненно необходимой системе. В управляемых системах он обусловлен внешней функцией, которую придали системе ее создатели. Поэтому функционализм, укрепившийся в лингвистике благодаря пражанам и сделавший, казалось бы, следующий после Соссюра шаг, сохраняет в себе некую омонимичную двусмысленность. Что есть сама функция? Функция клавиатуры, на которой набран этот текст, — обеспечить удобную и быструю печать. Но буквы не сами выстроились в том порядке, который создатель клавиатуры счел удобным, опираясь на объективные данные о частотности и сочетаемости и действуя по собственному разумению и по собственной воле, а не по воле букв.

Риторика не может позволить себе роскошь не доходить в своих построениях до носителя адаптации. Это только в лучших снах функциональной стилистики, и притом в тоталитарных государствах, можно вообразить себе налаженную сверху машину стилей, каждый из которых исполняет свой танец, что особенно убедительно выглядит в отношении стиля деловых бумаг, если только не брать в расчет, что решения, составляющие содержание этих бумаг, принимаются не в рамках делового стиля.

Риторике жизненно необходимо для понимания длинных цепей причин и следствий, для понимания развития риторических ситуаций включить в свое рассмотрение категорию гомеостаза как источника адаптации, тем более что к этому располагает понятие «дискурс».

Дискурс как гомеостаз

Гомеостаз — система, поддерживающая параметры своего существования в жизненно необходимых пределах. Ближайший пример — человеческий организм. Чтобы остаться собой, он должен, например, поддерживать в определенных пределах свою температуру и кровяное давление. Таким же гомеостазом является общество и отдельные сообщества, которым для того, чтобы оставаться тем, что они есть, приходится приспосабливаться к изменяющимся условиям.

Если взять языковую проекцию существования человеческих сообществ, то самой удобной категорией для ее обозначений будет, по-видимому, дискурс. Возникнув как единица, выходящая за пределы предложения, это слово стало вбирать в себя и другие смыслы, на что были свои резоны, лучше всего отразившиеся в метафоре Н. Д. Арутюновой: дискурс — это язык, погруженный в жизнь. В двадцатом веке лингвистика все меньше отмахивалась от «экстралингвистических факторов». Вопрос был в том, где остановиться. С нашей точки зрения, остановиться надо там, где ощущается жизнь. А жизнь — это и есть приспособление. Гомеостаз — синоним живой системы.

Мы предлагаем считать дискурсом языковое (в широком смысле слова) проявление живой системы. Дискурс есть атрибут гомеостаза. Научный дискурс, например, — это языковые проявления научного сообщества, поддерживающего параметры своего существования, в которых оно может оставаться собой. В этой адаптации — источник его системности.

На примере научного, не понаслышке знакомого читателю дискурса легко показать, как балансирует адаптация, реагируя на изменения.

Требования к унификации и строгой сертификации, возникшие в связи с разрастанием научного сообщества, естественным образом вступают в противоречие с оригинальностью и репутацией, уравнивая релевантные различия и напрямую затрудняя поиск научной информации. Дискурсу, в частности, приходится балансировать между ясностью и уместностью речи — двумя достоинствами, выделенными еще Теофрастом. Остроумным ответом на это в свое время было развитие вторичных текстов. Автореферат был призван одновременно показать, что диссертант лоялен по отношению к принятому дискурсу, знаком с терминологией и значимыми работами, но в то же время может более или менее простым языком суммировать сделанное им в его собственной работе. В самом тексте работы необходимость «соответствовать» (уместность) может порождать и перегруженность языка не всегда нужными терминами, и перегруженность речи не всегда нужными цитатами, но в автореферате предполагалось введение уместности («соответствия текущему языку науки») в определенные рамки ради соблюдения ясности. Так же работают и абстракты.

Однако со временем автореферат начал стремительно утрачивать ясность в интересах общей «научности», и положения, выносимые на защиту, в ряде, если не в большинстве случаев превратились в криптограмму. Последним ответом на эту угрозу стало введение презентаций, позаимствованное у бизнеса, которому никак нельзя рисковать ясностью, откуда и родился незнакомый научному сообществу принцип бизнеса: расскажи так, чтобы было понятно даже моей бабушке. Однако угроза самому существованию научного дискурса, а значит и сообщества, осталась. Язык научных работ все более бюрократизируется, ясность падает, поиск действительно интересных мыслей и данных теряется в спаме. Прошло уже около десяти лет с появления «первого звонка» — статьи-пустышки, опубликованной в рецензируемом журнале. С другой стороны, отмена требований уместности также ведет к дисбалансу и, что любопытно, практически к тому же результату: на периферии научного сообщества возникает шарлатанство под видом оригинальности.

Балансировать между крайностями непросто. Сюда надо направить сознательные усилия ученых. Для этого и нужна экологически ориентированная риторика.

Причинные цепочки. Проповедь и обсуждение

Настоящая экология не боится длинных причинных цепочек, вследствие чего и решает проблемы реабилитации экосистем тем, что эти цепочки запускает. Биолога не удивляет, что появление волков в Йеллоустоуне привело к процветанию бобров. Он знает, что волки не дали разрастись поголовью оленей до того размера, когда те лишили бы бобров корма, а отсутствие бобров привело бы к заболачиванию рек. Риторика в ее теперешнем состоянии таких цепочек не строит. Это, однако, не значит, что они объективно отсутствуют в мире убеждающих речей. Обратимся к простому и печальному примеру — опыту тоталитаризма. Теоретически этот пример интересен тем, что в нем, как в лабораторных условиях, можно наблюдать масштабное искусственное вмешательство в живую систему.

Риторические жанры, как известно, делятся на две большие группы: судебную и совещательную риторику, с одной стороны, и эпидейктическую — с другой. Первая группа предполагает обсуждение вопроса. Вторая этого не предполагает. На выделенный характер эпидейктического красноречия указал еще Аристотель, определивший его функцию — хвалить и порицать. Это оценочное красноречие. Изначально это торжественные речи, рассчитанные на консолидацию слушателей. Они восходят к древним ритуалам и церемониям.

Если все общество рассматривать как гомеостаз, то между неполемическими (эпидейктическими) и полемическими жанрами должен быть соблюден некий баланс. Дисбаланс, т. е. неоправданное расширение зоны речей одного типа, угрожает деградацией и распадом всему обществу.

Во времена тоталитаризма в коммуникативном пространстве безраздельно господствовала пропаганда. Она безапелляционно осуждала одно и восхваляла другое. Пропаганда отличается от обыкновенного эпидейктического красноречия (скажем, юбилейной речи) количественно. Она интенсивна и, главное, экстенсивна, иными словами, она вторгается в те области, где в норме живет судебная или совещательная речь. Примером такой экспансии могут служить показательные процессы или вмешательство пропаганды в научную дискуссию. Культ личности вождя — это уже не юбилейная речь, у него другой размах, и с восхвалением его ты встречаешься в самых неожиданных местах, например на страницах научных монографий. Ясно, что такие действия взрывают обычную жанровую систему и не могут пройти бесследно.

Анализируя феномен тоталитаризма, лингвисты обычно сосредотачивают внимание на идеологии, на контенте пропаганды и тех метафорах, которые транслируют этот контент. В фокусе внимания оказывается новояз. Этот термин заимствован у Оруэлла, который, однако, в своей дистопии показал гораздо большее. Он продемонстрировал коммуникативные технологии, на которых держалась пропагандируемая картина мира даже тогда, когда надо было сменить ее на противоположную. Но, если остановиться на новоязе и идеологии, экологическое

мышление здесь применить негде. Поставить вопрос о реабилитации коммуникативного пространства тоже непросто. В лучшем случае под реабилитацией будет пониматься дезавуирование идеологии, которую транслировала пропаганда. В то же время опасность для коммуникативной культуры заключается именно в массированной пропаганде самой по себе, а идеологию дезавуирует сама же пропаганда в логике доказательства от противного. Присмотревшись внимательнее, легко увидеть, что механизмы доведения пропагандируемой идеи до абсурда заложены в самой пропаганде. Это вопрос ее длительности и размаха. Вот где заказчикам пропаганды следовало бы соблюдать меру.

Дисбаланс эпидейктизма и полемики приводит к деградации целого ряда жанров и создает опасные прецеденты упрощения, которые затем могут транслироваться за пределами идеологии и политического дискурса. Мы видим, что сделал этот дисбаланс с культурой художественного слова, когда писались книги, поддержанные сверху и мгновенно устаревающие при смене конъюнктуры. Мы видели, что делал этот дисбаланс с культурой научной полемики (Лысенко, «кибернетика и генетика — продажные девки империализма») и даже с культурой словарного дела. Но мы пока не отследили, сколько простодушных доморощенных теорий родилось в головах шестидесятников, отнюдь не ассоциировавших себя с советским, но ставших жертвой того же дисбаланса. Интуитивно кажется, что немало.

Не задаваясь вопросом, как далеко зашла реабилитация коммуникативного пространства и привела ли она к восстановлению баланса, зададим вопрос о том, как она происходила. С нашей точки зрения, благотворное влияние в этом отношении оказывает появление новых коммуникативных площадок, связанных с полемическими жанрами. Вовсе не обязательно, чтобы эти площадки обсуждали те вопросы, на которых сосредотачивалась былая пропаганда. Простой студенческий семинар, где можно спорить, скажем, о квантовой физике, выступал в роли тех волков, из-за которых, в конечном счете, очистились русла рек. В области художественного слова в СССР такой площадкой стала магнитофонная культура, особенно творчество Высоцкого, у которого судебное красноречие просто «вшито» в тексты, как это было у автора Гамлета, роль которого Высоцкий любил исполнять.

В девятнадцатом веке русская литература с ее диалогами и журнальная критика с ее полемикой разбавили эпидейктизм. Именно тогда развилась научная полемика, судебное красноречие в узком смысле слова, а потом и парламентские речи.

Как уже было отмечено, каждое интенсивное речевое проявление порождает длинные цепочки причин и следствий.

Для того чтобы экологическое мышление в гуманитаристике работало, надо добраться до основополагающих категорий — адаптационных систем. В лингвистике системы понимаются лишь в соссюрианском смысле, такие системы, как

гомеостаз, т. е. поддерживающие параметры своего существования в определенных пределах, выпадают из поля зрения. Вместе с тем это ключ к экологии языка. Только введя эту категорию, можно понять риторику не только как разовый речевой акт, но и как фактор экологии общения.

Мы считаем, что гомеостазом обладают сообщества со своими дискурсами и удобнее всего описывать дискурсы как проявления адаптационных механизмов данных сообществ. Одним из примеров таких сообществ является сообщество научное. В этом смысле мы можем наблюдать проблемы баланса и дисбаланса внутри научного дискурса, что особенно наглядно можно продемонстрировать на примере сбалансирования таких качеств научной речи, как уместность и ясность.

В дискурсе всего языкового сообщества ключевыми параметрами являются жанры убеждающих речей. В этом отношении особенно опасна для благополучной работы всей коммуникативной системы разбалансировка эпидейктических и полемических жанров.

[2]

Проблемы современной коммуникации, напрямую связанные с риторикой

Коммуникативное пространство в последние двадцать лет изменилось разительно, и это обнаружило такое множество проблем, что требуется особый путеводитель, чтобы в них разобраться. Но есть нечто общее, что бросается в глаза любому культурному человеку: язык массовой коммуникации становится примитивным и сопротивляется передаче сколько-нибудь сложного содержания, за речью не стоит культурная память, на которую можно было бы опереться, передавая это сложное содержание. Налицо тренд, диаметрально противоположный культивированию языка. Многие прямо называют это возвращением варварства. Здесь легко выделить две проблемы, напрямую связанные с задачами риторики как теоретической и как практической дисциплины.

Первая проблема — нормативный хаос, препятствующий точности словоупотребления, что, в свою очередь, создает проблемы понимания и ведет к коммуникативной неграмотности.

Вторая — мощный контркультурный, а следовательно, и антисоциальный тренд. Завершилось предсказанное в тридцатые годы «восстание масс», помноженное на атомизацию общества. Возникло особое явление, которое можно назвать информационным консюмеризмом и которое подпитывает разрушение культуры.

Рассмотрим эти проблемы последовательно.

Хаос и принуждение. Проблема нормы

Как в архитектуре классицизм скончался, когда появились новые материалы — железобетон и стальные конструкции, — так и в жизни языка эра регламента закончилась с появлением новых форм коммуникации, новых возможностей.

Рождение регламента

Научное представление о языковой норме родилось в недрах пражского функционализма и может быть сведено к тому, что только нормированный язык позволяет различать тонкие нюансы смысла и стиля.

В свое время академик Апресян, возражая расхожему мнению, что абсолютных синонимов в языке практически не бывает, привел в пример такие слова, как «бухнуть», «бахнуть», «жахнуть» и т. п. В самом деле, в жаргонном, ненормированном языке мы не можем надеяться на то, что наш собеседник отличает «жахнуть» от «бахнуть» именно так, как это делаем мы. Но в нормированном языке мы знаем, чем отличается, скажем, «гуманность» от «гуманизма», и уверены (пока жива норма!), что это же отличие прекрасно осознается нашим собеседником.

Истоки такого понимания нормы возникли гораздо раньше двадцатых годов двадцатого века, когда творили ученые Пражского лингвистического кружка. Истоки отыскиваются у французских синонимистов, занятых разведением значений синонимов при живейшем интересе к этому занятию того самого короля, которому принадлежит выражение: «Государство — это я». Абсолютизм был кровно заинтересован в языковой упорядоченности, а мыслил он ее только как жесткую кодификацию, закрепленную в академическом словаре.

Рождение регламента возникло в эпоху Людовика XIV, когда родилось и понятие этикета. Здесь же, а не в классической риторике родина функциональной стилистики, стилистической теории Ломоносова и других декорум-риторик восемнадцатого века. Выделить синонимические варианты и расписать их по ситуациям в соответствии с принципом уместности, «приличия», «пристойности» — вот что лежало в основе языковой регламентации. Но именно регламентации, а не упорядоченности как таковой. Классическая риторика использовала другой принцип упорядочения языкового и речевого поведения.

Осознание лингвистикой концептов «вариант» и «инвариант», заимствованных из фонологии и легко распространяемых на грамматику, стали распространять и на стилистику. Академические словари и виноградовская стилистика были торжеством такой регламентации в СССР, где в средствах наведения порядка недостатка не было. Невольно создавалось впечатление вечности языковой нормы в нашем сегодняшнем понимании, и разговор мог идти лишь о развитии нормы. Язык не стоит на месте — это как раз понимали все, но теория нормы указывала, что делать, и не было никаких признаков того, что ситуация может измениться. Между тем такому пониманию не более трехсот лет.

Античная риторика не пользовалась академическими словарями. Можно, конечно, сказать, что она не располагала тем аппаратом лингвистического принуждения, каким, скажем, располагал СССР. Но можно заметить и то, что она вообще не прибегала к принуждению. Риторика не нуждалась в абсолютной монархии — напротив, она сложилась в условиях античной демократии. И хотя мы называем позднего ритора Квинтилиана кодификатором риторической нормы, это всего лишь инерция нашего мышления, если угодно, метафора. Марк Фабий Квинтилиан не писал «Академической риторики» на манер академических грамматик наших дней. Он лишь воспитывал оратора. Риторика держалась не регламентом, а культивированием. Она достигала столь ценимой Аристотелем ясности не тем путем, какой предлагал Вилем Матезиус, но работала с той же идеей «отшлифованного языка». Этот язык манил своей привлекательностью, красотой, утонченностью, принадлежностью к цивилизации. Это отразилось даже в риторических терминах, противопоставляющих «сельскость» и «столичность», простоту и утонченность: урбанитас — рустицитас, астеизм — литота. «Отшлифованность» была самоценна, и не было нужды мотивировать ее необходимость, как не было нужды вводить ее насильно.

Но мы родились в эпоху языкового регламента. У нас нет другого социального опыта. Мы очень поздно, и не все из нас, почувствовали конец эпохи регламента.

Смерть регламента

Как в архитектуре классицизм скончался, когда появились новые материалы — железобетон и стальные конструкции, — так и в жизни языка эра регламента закончилась с появлением новых форм коммуникации, новых возможностей.

Выход на агору с собственного дивана, при желании анонимный, дезавуировал все словари одним разом. Если я не знаю, каков словарный запас моего собеседника, что толку мне в длинном ряду синонимов. Коммуникативная неудача мне почти гарантирована. Стремление к упрощению обеспечено. Положим, вы не нуждаетесь в том, чтобы рисовать смайлик, и прекрасно можете обойтись вербальными средствами, но где гарантия, что ваш собеседник будет интерпретировать эти средства так же, как вы?

Разрушается даже грамматическая норма, хотя там-то существуют именно дискретные варианты, между которыми следует делать выбор. Сплошь и рядом мы видим нарушение порядка слов, которое не оставляет камня на камне от актуального членения предложения и от многих риторических фигур. Нарушаются обыкновенные правила согласования и управления. Нарушаются, разумеется, и нормы орфографии, нарушаются, при всей их простоте, логичности и необходимости для однозначного понимания смысла, нормы русской пунктуации. Все интенциональные отклонения от нормы, которые одно время привлекали внимание русистов, теряют всякий смысл, потому что они допускаются на фоне бессознательных нарушений.

Нормативное мышление современной лингвистики пытается найти выход в «либерализации нормы», в «гибкости нормы». Пусть будет «мое кофе», соглашаемся мы, будто это что-то решает. Мы не замечаем самого главного: никто не спрашивает у нас разрешения.

Можно ли в теперешней ситуации пойти по пути риторики? Пойти по пути самоорганизации языка и речи через механизмы привлекательности? Можно ли пойти путем культивирования, а не регламентации? Прежде чем ответить на этот вопрос, рассмотрим проблему презрения к культуре, без решения которой говорить о каком бы то ни было культивирования языка бессмысленно даже этимологически.

Сегодняшнее представление о языковой норме начало формироваться в эпоху Людовика XIV и завершилось в двадцатом веке в школе пражского функционализма. Оно основано на регламентации. Эра регламентации закончилась к концу двадцатого века в силу объективных обстоятельств — нового устройства коммуникативного пространства.

Классическая риторика упорядочивала общение не с помощью регламентации, а с помощью культивирования языка. Возникает естественный вопрос: коль скоро регламентация недоступна, можно ли пойти по пути риторики?

Информационный консюмеризм. Презрение к культуре

Когда у тебя под рукой джинн, исполняющий твои желания и не докучающий тебе сложными вопросами, как это было с книгой, у тебя может развиться комплекс презрения к культуре.

Пользовательский характер глобальной паутины

В бесконечных спорах об интернете и книге слабо артикулированы две идеи.

Первое: в самом ли деле интерес к книге упал в связи с появлением интернета или это логическая ошибка post hoc, ergo propter hoc? Второе — и более интересное: действительно ли у нас достаточно оснований сопоставлять интернет и книгу?

Мальчик не читает книг и играет в «стрелялки». Это просто потому, что «стрелялки» забирают его время и ему хочется, да некогда читать? Или это потому, что читать ему неинтересно, а в его среде и непрестижно? Далее, есть ли у нас основание сравнивать «стрелялки» и книгу, потому что и то и другое (как и все на свете) связано с информацией?

С нашей точки зрения, прежде всего надо отдавать себе отчет в том, что интернет — потребительская система. По отношению к нему мы выступаем как пользователи: он нас обслуживает. При случае оттуда можно скачать книгу, но это совсем не главное его назначение. Мы обращаемся к сети, когда хотим узнать, как приготовить рыбу сибас, как лечить простуду, сколько стоит дом в Испании. К книжным полкам мы, как правило, обращались за другим. Главное в том, что сеть всегда идет навстречу нашим желаниям, готова им угождать. Незаметно или заметно она подстраивается под них, подстраивается под наш культурный уровень. Такова же она и в функции образовательного ресурса. Это такой учитель, который готов с тобой пускать мыльные пузыри, а при случае показать тебе порнографический фильм. И, как всякий супермаркет, сеть содержит прямую и косвенную рекламу и подталкивает тебя к консюмеризму.

Современное потребительское общество обычно ругают за неумеренное потребление, словно человек хоть в какую-то эпоху не хотел потреблять больше, чем ему необходимо, и не потреблял, если были возможности. Вопрос, наверное, в том, чтобы это потребление не шло в ущерб способностям человека, не вело его

к деградации, а с ним и к деградации общества. И еще — и это обычно выпадает из поля зрения — потребление социально легитимно, когда его обеспечение работает на культуру. Владелец роскошного дворца занимался самовоспитанием, осваивал светские манеры и зачастую был не чужд искусству. Изготовление предметов роскоши для владельца дворца было частью культурного развития человечества. Все защитники экономического консюмеризма от Адама Смита и ранее говорят о его косвенной пользе. Но именно эта польза и убывает в современном обществе, и особенно в отношении информационного консюмеризма.

Когда у тебя под рукой джинн, исполняющий твои желания и не докучающий тебе сложными вопросами, как это было с книгой, у тебя может развиться комплекс презрения к культуре. Ты не стоишь на плечах гигантов, как Ньютон, ты с полным к ним равнодушием пользуешься плодами их творчества, они рабы, обслуживающие твою лень и снобизм.

Понятно, что это несовместимо с культивированием коммуникативного пространства. Чему же в таком случае может научить новая риторика? Терпение.

Совместима ли риторика со «смертью автора»?

Еще одно обстоятельство препятствует идее культивирования. Это то, что смакуется интеллектуалами в вычурных и безответственных метафорах: скоро человек исчезнет, как след лица на песке. Исчезает не столько человек, сколько интерес к человеку, к другим людям. В этом, видимо, и кроется причина падения интереса к чтению. Чтение променяли не столько на поиск информации, сколько на селфи. Интеллектуалы смакуют обезличенность литературы, передовые литераторы по мере сил обезличивают собственные тексты, а простые люди всего этого просто не читают. Это и есть атомизация общества, хорошо отрефлексированная, скажем, у Зигмунда Баумана и регистрируемая как нарастание социального аутизма, убывание у новых поколений эмпатии, попросту сказать, сочувствия и человечности. Среда явно недружественна возрожденческой риторике с ее humanitas. А классической?

Трудно привить идею культивирования языка человеку, выключившему себя из общества. Вне общества человек, как известно, либо бог, либо животное. Ни тому ни другому культивирование не нужно. Античная риторика не могла быть безличной. Человека манила слава, примеры других людей. Он видел перед собой биографии и скульптурные портреты, которые встречал даже в бане, в сферистерии. Вообразите статую Ньютона или Толстого в сауне. Античному человеку хотелось быть среди достойных. Это совсем не равно современной идее летучей популярности.

Иногда ссылаются на опыт средневековой анонимности и проводят параллели с нашим временем. Но даже если бы эти параллели были состоятельны, можно было бы вспомнить, что Средние века были не лучшим временем для риторики. Именно тогда наблюдался заведомый дисбаланс между учительной и полемиче-

ской речью, а от избыточного эпидейктизма можно было скрыться либо в балагане, либо в разбойничьей шайке. Идеи культивирования и личностного роста находились в таком скверном состоянии, что даже теология объективно вела к реформации или порождала ереси. Во всяком случае, вопреки многим мыслителям, тоскующим по утраченной цельности, средневековая анонимность — плохая модель для современного человека.

По нашему глубокому убеждению, стремительное обезличивание культуры, разрушение ее персоносферы напрямую связаны с восстанием против культуры, в частности культуры коммуникативной.

Может ли риторика победить «восстание масс»?

Иными словами, можно ли при утрате регламентирующих механизмов обратиться к механизмам культивирования языка и речи в условиях значительной обезличенности культуры?

Сегодня развитие риторического мышления — часть развития мышления экологического. Проблема возрождения риторического мышления — проблема выживаемости коммуникации, во всяком случае, выживаемости целого ряда дискурсов и стоящих за ними сообществ. Когда человечество видит задачу, оно перестает произносить мотсы и пытается ее решить. Как говорили в советское время: мещанин хотел выжить.

Теперь перейдем от общих рассуждений к предметному разговору, обратившись к категориям самой риторики.

Противопоставление интернета книге некорректно сразу по двум основаниям. Мы не можем с уверенностью сказать, что интерес к чтению упал вследствие распространения интернета, а не одновременно с его распространением. Мы не можем сопоставлять глобальную паутину с книгой, потому что сеть носит пользовательский, то есть потребительский характер. Сеть подстраивается под запросы клиента и в силу этого не может считаться хорошим средством культивирования личности или общества. Сеть порождает информационный консюмеризм. Как и всякий консюмеризм, он может быть общественно оправдан только при наличии побочных эффектов, т. е., угождая желаниям пользователя, он должен развивать при этом культуру и способствовать справедливому распределению благ. Так было с производством еды и одежды. Создается, однако, впечатление, что побочный эффект информационного консюмеризма убывает. Зато прямым эффектом является презрение к культуре. Это презрение тесно связано с ее безличным восприятием, и в этом отношении необразованный пользователь гаджета солидаризируется с высокими интеллектуалами, которые находят этой безличности оправдание.

Риторический идеал

Наша концепция культивирования коммуникативного пространства неизбежно упирается в то, как общество смотрит на процесс коммуникации. Тем самым нам придется обратиться к концепту «риторический идеал». Здесь очень трудно избежать утопизма, потому что такие идеалы обычно формулируются исходя из идеальных представлений об обществе, социальной группе и особенно о нации. В последнем случае идеал неизбежно рисуется комплиментарно. С другой стороны, если исходить только из узуса, для воспитания риторического мышления просто не останется места. К тому же и нация, и социальная группа, и общество неоднородны, а следовательно, культивирование заключается в поддержании одних тенденций и элиминировании других.

Утопия национального идеала

В отношении риторического идеала в отечественной риторике в настоящее время доминирует теория «русского Сократа», являющаяся, с нашей точки зрения, подменой научного исследования торжественным красноречием, цель которого — хвала русской риторике и хула риторике «западной». Думается, что это и есть пример пролонгированного воздействия паттернов советской пропаганды, открывшей двери идеологическим спекуляциям в науке.

Суть «Сократа» в том, что древнерусское красноречие унаследовало античный идеал Платона, заключающийся в неконфронтационном речевом поведении, кротости, миролюбии и диалогизме. В противоположность этому американская риторика, названная горгианской, поскольку восходит к софисту Горгию, напротив, конфликтна, недиалогична и манипулятивна.

Теория «русского Сократа» полна противоречий: Платон не лелеял риторического идеала, а противопоставлял риторике сократические диалоги, участники которых превращались в вымышленных персонажей, и весь вымышленный диалог протекал так, как хотел Платон; древнерусское красноречие не было конфронтационным, потому что было всецело эпидейктическим и в связи с этим изобиловало горгианскими фигурами; в Америке, где существует развитая традиция судебных речей, по вполне понятным причинам рассчитанная на полемику и не изобилующая горгианскими приемами, имеет место живой диалог между сторонами, так

как последние не имеют возможности выступать с позиции силы и вынуждены противостоять друг другу словесно (в чем и смысл риторики). Таким образом, монолог в «Сократе» объявляется высшим идеалом диалога, а диалог считается монологом, поскольку в нем сталкиваются противоположные точки зрения.

Неудивительно, что теория «русского Сократа» имеет мало общего с жизнью, где мы постоянно встречаемся с речевой агрессией и неумением услышать другого. Сами по себе и агрессия, и неумение слушать не являются чем-то роковым, если только понимать, с чем именно мы имеем дело и почему, а также если знать собственные сильные стороны, а не выдумывать их.

Реальные коммуникативные навыки в постсоветской России не имеют отношения ни к Риму, ни к Греции, ни к Америке, ни к Европе, а самым прямым образом связаны с переразвитием советского эпидейктизма (агитации и пропаганды), обращенного либо к единомышленникам, либо к людям с кляпом во рту. С этими «традициями» надо так или иначе порывать, а не оправдывать их. Русская риторика в лучшие годы своей жизни не соответствовала подобным «идеалам», она умела обсуждать спорные предметы, но не затыкала рты несогласным для того, чтобы кротко и без помех вещать «бесспорные» истины. Безусловно, наиболее сильные стороны русской полемической традиции следует искать в девятнадцатом веке, в пореформенном судебном красноречии, в становлении академической риторики.

Не все взгляды на риторический идеал столь одиозны. Гораздо более взвешенную позицию занимает, например, А. П. Сковородников, считающий, что ментальные представления об идеальном риторе могут быть выявлены опытным путем. С этим трудно не согласиться.

Однако слово «идеал» так или иначе порождает путаницу, если только речь не идет о мертвом языке и мертвой культуре. Мы не можем составить тезаурус нашего языка, подобно тезаурусу древних языков, а можем лишь иметь его пополняемый корпус. Нам очень трудно говорить о нашем сегодняшнем идеале, так как он формируется при нашем участии. В конце концов, судебное красноречие, имеющее дело с прошлым, и совещательное, обращенное к будущему, существенно отличаются друг от друга.

Утопии экономического подхода

Сильной стороной нашего подхода является его жизненная необходимость, востребованность жизнью. Угроза экологии общения не шутка и не гипербола. Коммуникативная неграмотность — актуальная реальность. О речевой безответственности политиков-популистов и авторов коммерческой рекламы обществу говорить не приходится. Распад общения, плачевное состояние диалога в социальных сетях также ни для кого не тайна.

Слабой стороной является упование на риторическую самоорганизацию. Именно оно предполагает разного рода идеалы и может оказаться утопией, по-

скольку здесь речь должна идти ни много ни мало об инициировании ментального движения. Мы не знаем, как много людей разделяет экологический идеал и каково их место в обществе. Мы ощущаем, что современным гуманитариям недостает общественного авторитета, мы видим, что в настоящее время гражданские авторитеты вообще находятся в дефиците. Все это работает против экологического идеала. Но мы исходим из того, что желание жить в здоровой коммуникативной среде естественно и что цивилизаторскому началу уже не раз случалось одерживать победу в нелучших стартовых условиях.

[3]

Предложения риторической школы

Теоретические предложения

Эти предложения касаются плана исследовательских работ и конструктивной критики того, что уже делается в этом направлении. Предложения будут сгруппированы в соответствии с пятью частями риторического канона.

Инвенция сегодня

1. Инвенция как лакуна, заполняемая «со стороны»

Инвенция — одна из важнейших частей риторики. Напомним, что так называлась часть риторического канона, ответственная за содержание речи. В этой части рассматривались топосы, доводы и стасисы. Представляется небезынтересным развернуть теорию инвенции к нуждам современной коммуникации, памятуя о трех прагматиках и имея в виду экологический аспект.

Однако сегодня в сравнении с другими частями риторики именно теория и практика инвенции находятся в самом критическом состоянии.

Те, кто анонсирует тренинги по риторике, вообще не касаются проблем контента речи, сосредотачиваясь на акции, т. е. исполнении. Что же касается вузовских курсов, то традиционно с самого «возрождения риторики» в нашей стране они были ориентированы на стилистику и освещали главным образом вопросы элокуции.

Обращение к инвенции не составляет сильной стороны академической риторики главным образом из-за крайне запутанного вопроса о топосах. В отношении топосов авторы либо находят опору в констатации этой запутанности с отсылками к малодоступным работам, либо вынуждены сочинять свою теорию топосов, стараясь дать строго научную классификацию, но совершенно не заботясь о практи-

ческой стороне дела. Однако научная классификация не всегда бывает классификацией функциональной и тем более функционирующей, даже если она сделана по одному основанию, что тоже бывает не всегда. Хороший пример в этом отношении — учение о достоинствах речи, на смену которым пришли «коммуникативные качества речи». В античных «достоинствах» было видно, как речь балансирует между крайностями, а в «коммуникативных качествах», систематизированных к тому же по разным основаниям, есть лишь предмет для систематизации при отсутствии цели.

Но если риторические тренинги не имеют дела с инвенцией, то в мире тренингов как таковых существует немало того, что очень близко подходит к инвенции, в частности к проблеме топосов, хотя и дается под другим названием и в другом контексте. Это показывает жизненную необходимость использования инвенции в сегодняшних коммуникативных практиках.

Сегодня все знают о технологии brainstorming, решающей задачу инвенции на принципиально противоположной по отношению к традиционной риторике основе. Использование mindmap также имеет прямое отношение к инвенции и также основано на новых принципах. Здесь есть чему поучиться риторической практике и есть чем обогатить теорию. Риторика возникла в Древней Греции с ее склонностью к парадигматическому мышлению и разворачиванию темы от рода к виду. Такая фигура, как эпанод, любимая, по словам Квинтилиана, греками, очень ясно выражает этот принцип: сначала назови разные вещи одного вида, а потом описывай каждую вещь по отдельности. Однако в современных коммуникативных технологиях, рожденных в англосаксонском мире, рано пережившем промышленную революцию, преобладают синтагматические подходы: от причины к следствию, от цели к средству. Именно так построены названные технологии.

Теоретическая мысль (и тоже не в рамках «возрожденной» риторики) также небезразлична сегодня к проблемам инвенции. Разработка так называемого системного интеллекта, начатая в 2002 г., достаточно популярна в современном бизнесе. Эмоциональный интеллект, имеющий прямое отношение и к пафосным, и к этосным доводам, получил сегодня еще большую, чем системный интеллект, теоретическую и практическую разработанность.

Все это говорит о назревшей необходимости риторического осмысления того нового, что сделано за пределами риторики. Почему мы при этом настаиваем на том, чтобы именно риторику принять за точку отсчета, ясно из поставленных нами задач — культивирования коммуникативного поля и экологически ориентированной теории коммуникации.

2. Топосы в свете решения главных проблем сегодняшней коммуникации

В предыдущих разделах мы обозначили две проблемы, из которых вытекают две задачи: преодоление коммуникативного хаоса через культивирование, а не через регламентацию и преодоление пренебрежительного отношения к гумани-

тарной культуре, преодоление разрыва с прошлым, обесценивающего саму идею культуры.

В нашей школе разработана собственная система топосов, на которой мы не настаиваем, и мы были бы благодарны за встречные предложения, если они продиктованы родственной нам целью. Цель — дать удобный «браузинг» топосов, сделать их номенклатуру обозримой и предложить такую классификацию, которая показывает, какой класс задач призван решить данный тип топоса.

Мы выделяем три таких типа.

Логические, или синтагматические, топосы подсказывают, как развивать логику речи. Это логико-синтаксические структуры вроде классического топоса «род и вид».

Семантические топосы суть общие места, обогащающие семантику речи, подсказывающие смысловые ходы.

Прагматические топосы — это интенциональные блоки, помогающие обдумать прагматический репертуар речи. Например, мы решаем, будем ли выражать благодарность или, скажем, вносить предложение. По сути дела, наши прагматические топосы близки к речевым актам и традиционно рассматривались как учение о частях ораторской речи, разработанное, однако, недостаточно.

Разработка логических топосов имеет прямое отношение к преодолению коммуникативной неграмотности, к проблеме анализа и синтеза текста. Вопреки эксцентричным интеллектуалам, которые последние четверть века активно хоронят аристотелеву логику, именно она является единственным общим знаменателем любой полемики: без нее вопросы могут решаться только силой или каким-то до сих пор невиданным, не встречающим скептического отношения гипнозом. Иное дело, что не все сводится к силлогистике, что было понятно, кстати, и самому Аристотелю с его пробабилизмом. Никто не запрещает нам применять теорию вероятностей и теорию нечетких множеств. Но тех выводов из них, которые делают недалекие гуманитарии, незнакомые с математикой и использующие ее как украшение речи, мы делать не будем. Мы не будем стращать профанов теоремой Байеса и спешить с выводом, что логика устарела оттого только, что наступил двадцать первый век или Эвелина Рош предложила теорию прототипов, которую, к слову сказать, было бы очень полезно использовать в инвенции. Разработка логических топосов предполагает проецирование логических операций, прежде всего конъюнкции и дизъюнкции, на синтаксические структуры текста с учетом вероятностно-нечетких корректировок. Последнее есть продолжение старого риторического пути от стопроцентного доказательства к правдоподобию.

Разработка теории и практики общих мест имеет непосредственное отношение к культурной памяти. Проблему оскудения общих мест надо по крайней мере поставить. Необходимо доказательно, с опорой на статистику представить ее, показав, как именно и где оскудение языка препятствует нормальной коммуникации. Роль этой проблемы в социальном и политическом дискурсе трудно переоценить. С ней связана потеря уважения к жизненно важным для существования культуры авторитетам, распад персоносферы, жизнь одним днем. Экологический

аспект для теории общих мест первичен, он составляет самую ее суть. Он также отражает ту сторону экологического мышления, которая отвечает за сохранение многообразия: биоразнообразие в биологии, диверсификацию общих мест в публичном пространстве.

Прагматические топосы снова возвращают нас к проблеме понимания и создания текста. Даже скудный по мыслям текст невозможно создать, не отдавая себе полного отчета в собственной интенции. Интенция говорящего — высший уровень синтеза и анализа текста, семантики в этом отношении недостаточно. Мы исходим из модели «интенция — текст», а не «смысл — текст». Любопытен в этом отношении распространенный в бизнесе тренинг шести шляп, где мозговой штурм ведется в соревновании интенций: критиковать, хвалить и т. п. Но, конечно, здесь открываются гораздо более заманчивые перспективы, чем те, что дают «шляпы».

3. Аргументация и функциональная грамотность

Собственно аргументация — более благополучная часть инвенции, чем топосы, так как она поддержана с одной стороны логикой, с другой — психологией. Теория аргументации, аргументативная риторика сегодня на слуху. Но логика — это не только силлогизмы и энтимемы, это еще и логика развертывания самой речи. Именно эта логика страдает от функциональной неграмотности. Так, при непонимании связи интенции говорящего с контентом речи очень легко пропустить подмену тезиса и стать жертвой манипулирования. На этом основана вся методика троллинга, которая теряет силу от простого вопроса: «Зачем это говорится?»

В роли же продуцента текста можно столкнуться с проблемой выдерживания своей собственной линии аргументации. В последнем отношении полезно обратиться к теории стасисов, которая обычно не входит в вузовскую программу по риторике. Одно дело — отрицать, что событие вообще имело место, другое — отрицать ту или иную квалификацию события (стасис определения и стасис оценки). Во всяком месте речи необходимо понимать, в каком именно стасисе ты находишься. С непониманием этого связано множество коммуникативных ошибок.

В системе стасисов есть и стасис отвода, который иногда отождествляют с доводом к человеку: «Не верьте его аргументам, потому что он изменяет своей жене». О применимости статиса отвода, лидирующего, по-видимому, в интернет-постах, написано немало работ. Но в связи с функциональной неграмотностью и речевой агрессией полезно рассмотреть не только логические основания отвода, но и бытование этого и других стасисов в речи.

4. Перспективные направления изучения инвенции

В области инвенции наиболее перспективными представляются новые разработки теории топосов. Топосы могут превратиться в отличный индикатор эколо-

гии коммуникации. В этом отношении было бы чрезвычайно полезным составление атласов общих мест того или иного дискурса. Это походило бы на старинные книги общих мест, но имело бы другую функцию — диагностическую.

Новая разработка теории стасисов, а точнее изучение функционирования стасисов в интернет-пространстве, также представляется перспективным направлением.

Диспозиция сегодня

1. Проблемы диспозиции

Диспозиция в риторике предполагала оптимальное расположение частей ораторской речи. В теории литературы композиция рассматривается как элемент раскрытия содержания, т. е. такое расположение частей текста, которое максимально точно отражает интенцию автора. Во всех случаях композиция (диспозиция, «расположение») есть инструмент выражения авторского намерения.

Установка на безличность как черта современной информационной культуры неизбежно работает против диспозиции. Технология гипертекста, возникшая вначале как инструмент, с помощью которого президент США мог быстро просматривать прессу, а затем ставшая обслуживать пользователя поисковых систем, передает полномочия от автора текста к читателю. Совершенно неважно, как автор расположил части своего текста, чтобы ясно выразить свою мысль, если у нас есть техническая возможность по ключевому слову извлекать из текста любые фрагменты и делать то, от чего нас всегда предостерегали: «Не вырывайте слово из контекста!»

В сегодняшней ситуации дискриминирован автор, конечный же пользователь — единственный бенефициар коммуникации. Это ставит проблему защиты авторской интенции, что критично для трансляции культуры. Защита авторских прав есть нечто большее, чем выплата гонорара. Это права авторства как такового.

Разумеется, было бы безумием думать о необходимости технических ограничений в этой сфере. Такую замечательную технологию, как гипертекст, мы не должны, да и не сможем принести в жертву тому, чтобы любой не слишком вдумчивый читатель воленс-ноленс знакомился с авторскими намерениями. Но мы можем сделать две вещи: мотивировать конечного пользователя в наиболее важных случаях обращаться к источникам и научить автора, как защитить свои интенции в условиях дефицита времени и диктата сиюминутных потребностей пользователя. Первая проблема — воспитательная. Вторая — информационная. Система дейксисов в тексте должна быть достаточно сильной для того, чтобы читатель фрагмента не упустил важной мысли. Проблема компрессии информации — аннотирования и реферирования — также должна быть рассмотрена в свете защиты авторских интенций.

2. Функции диспозиции

Можно выделить три главные функции диспозиции: управление вниманием слушателя, выстраивание наиболее убедительной последовательности частей речи и обеспечение связи с другими текстами, что можно назвать экологической функцией. Последнее стало актуальным в наши дни в связи с выстраиванием новостных сообщений и рекламной политикой.

Если говорить об управлении вниманием, то уже во второй половине двадцатого века стала ясна информационная природа линейно развертываемого сообщения, в котором есть информационные пики (важные места) и информационные спады (когда вниманию слушателя можно дать отдохнуть). Из такого взгляда на вещи родилась так называемая стилистика декодирования, мимо которой по недоразумению прошла современная риторика. Правда, эта стилистика была ориентирована на читателя художественных текстов, из чего и возникли такие своеобразные «схемы выдвижения», как конвергенция. Но в принципе теория работает и для продуцентов текстов любого жанра и легко вбирает в себя паралингвистические средства, актуальные в связи с визуализацией. Традиционно же риторика обходилась в основном такими «схемами», как эпанод и гипофора. Суть выдвижения в том, что информация первостепенной важности выделяется в тексте тем или иным образом.

Композиция как кортеж частей ораторской речи от зачина до концовки описывалась древней риторикой, что, однако, не получило глубокой разработки. Здесь нам должны помочь наши прагматические топосы.

Наиболее интересна функция композиции за пределами текста. Даже в обыкновенной коммерческой рекламе можно увидеть разные стратегии вписывания конкретного рекламного ролика в длящийся месседж рекламы. Это же можно наблюдать в новостных программах. Влияние на экологию коммуникации оказывают прежде всего именно «длящиеся» сообщения, примером чего является политическая пропаганда.

3. Актуальные задачи разработки диспозиции

Было бы полезно модернизировать теорию выдвижения, выведя ее за рамки художественной стилистики и существенно расширив репертуар средств выдвижения. Полезно хотя бы поставить вопрос о защите текста от разрушения смысла при возможной цитации его фрагментов с помощью усиления дейктических элементов, т. е. задуматься о корректной компрессии текста.

Стратегии длительного разворачивания рекламных и политических кампаний сегодня уже изучаются, но специальное их рассмотрение в свете риторической диспозиции и теории выдвижения могло бы дать интересные результаты.

Элокуция

В понятие элокуции входят теория тропов, теория фигур и стиль. Все три явления сегодня не обделены вниманием, но это внимание распределено неравномерно, да и сами явления имеют различное, хотя и существенное влияние на экологию коммуникации. В связи с развитием когнитивного подхода чемпионом по привлечению внимания ученых является метафора. Здесь, однако, надо заметить — и это еще не отмечалось или не стало достоянием общего понимания, — что экологии коммуникации по пути с когнитивным подходом лишь до определенного предела.

Начнем с теории тропов.

1. Тропы и подходы к их изучению

Оглядываясь на историю изучения или, лучше сказать, осмысления тропов, можно выделить четыре подхода в их рассмотрении: риторический, семантический, когнитивный и экологический.

Риторический подход — это то, как смотрели на тропы авторы древних трактатов. Здесь нам придется вернуться к нашей метафоре журнала мод. Если мы обратимся к тому, как смотрел на тропы александрийский грамматик Трифон, первым описавший их под их собственным названием, мы увидим, что тропы не связывались жестко с семантическим переносом, что их разновидностей выделяли гораздо больше, чем сегодня, и что перед нами не классификация в современном смысле слова, а коллекция. Это коллекция языковых необычностей, отклонений, что, собственно, этимологически и означает «троп». Мы можем так посмотреть на троп и сегодня. Тогда мы не будем удивляться, что одним из тропов является, например, веселая речь (хариентизм), и, кроме того, смело введем в список тропов современные «необычности», маркированные обороты речи, скажем, мем. Это избавит нас от научной ответственности, но заставит ответственно отнестись к самому списку. С точки зрения социальной ответственности и экологического мышления этот подход не так уж архаичен.

Семантический подход известен всем со школьной скамьи и отождествляет троп с семантическим переносом. Так мы понимаем тропы сегодня. Это дает простую классификацию: тропы сходства, тропы смежности и тропы-контрасты. Неудобство будут вызывать только гипербола с мейозисом и эпитет.

Когнитивный подход, как известно, состоит в том, что троп (обычно речь идет о метафоре) формирует наше понимание мира и даже служит социальным гидом («метафоры, которыми мы живем»). Риторике есть в чем укорять этот подход, начавшийся с декларации: до сих пор метафора рассматривалась только как украшение речи. Это, однако, не так. Риторика рассматривала метафору и как коммуникативный, и как когнитивный инструмент (именно такова мета-

фора в функции топоса при развитии темы). Иное дело, что для риторики метафора — инструмент, а для когнитивистики — нечто данное нам свыше и даже управляющее нами. Здесь пути когнитивистики и экологии коммуникации расходятся.

Анализ риторики тоталитаризма убеждает нас в том, что, во-первых, наиболее эффективно в качестве навязывания картины мира метафора работает в содружестве с метонимией, как это было при символизации профессий и производственных процессов в СССР тридцатых годов (переплавка старого быта, коммунистическая стройка и т. п.), во-вторых, в том, что и эти метафоры в конце концов теряют шарм дьявольского гида, стоящего за нашими плечами. Они теряют его по мере тиражирования и особенно по мере вовлечения населения в пропаганду. Процесс использования метафоры деавтоматизируется, и ни о каком ее неконтролируемом, подсознательном влиянии на наши мысли и поведение с этого момента говорить не приходится. Обычные люди рано или поздно проходят тот же путь, что и лингвисты, способные вполне сознательно анализировать и препарировать метафоры. Мозги у всех людей устроены одинаково. Все люди обладают способностью к метаязыку. Но утрата метафорой пропагандистской силы порождает другую проблему, которой, похоже, сегодня мало кто озабочен.

Экологический подход к коммуникации должен рассматривать не только жизнь тропов, но и процесс их выхода в тираж, и, что особенно важно, «жизнь после смерти», потому что судьба отработавших тропов непроста. Они не только поставщики анекдотов и легкая добыча для сатирика. Они порождают особое амбивалентное мышление, эклектизм и нечувствительность к логическим противоречиям, а это уже экологическая проблема. Примером подобного рода метафоры в русском языке может служить почтенная метафора «гнилой Запад». Доставшись советской пропаганде от славянофилов, она к концу советского периода стала употребляться главным образом иронически, при сравнении советских товаров с западными. В настоящее время это амбивалентное выражение, содержащее и ироническое отношение к Западу, и осуждение его. Нельзя утверждать и того, что это выражение вернулось в славянофильское лоно. Подобные метафоры снова стали «гидом», но гидом на манер Ивана Сусанина: заключенная в них когнитивная сила тождественна когнитивному диссонансу. Привычка к недодумыванию и недопониманию предмета в нашем обществе во многом подпитывается наличием «мусора», или спама, наполовину дезавуированных общих мест и метафор, доставшихся нам от прошлого.

2. Тропы в контексте визуальной культуры

Жизнь тропов даже при тотальной минимизации их списка не ограничивается метафорой. В экранной культуре метонимия имеет большее, нежели метафора, значение. Метонимия вообще должна быть более тщательно рассмотрена и в коммуникативном аспекте, как изобразительное средство, необычность кото-

рого все еще, с нашей точки зрения, изучена недостаточно, и в аспекте когнитивном, как средство, концептуализирующее действительность через вербальные картинки-прототипы, часто с визуальным подкреплением.

Вообще визуальная среда достаточно неудобна для метафоры, и те метафоры времен тоталитарных риторик, которыми лингвисты пугают друг друга, как правило, сегодня уже не используются. С другой стороны, видеосреда является дружественной по отношению к метонимии. И если говорить о манипулировании в торговой рекламе или политической пропаганде, то сегодня оно осуществляется почти исключительно с помощью метонимии. При этом метонимия гораздо резистентней к критическому анализу, чем метафора. Именно в силу последнего обстоятельства наиболее действенными метафорами пропаганды всегда были метафоры с метонимическим компонентом — те, в которых, помимо условности, есть и обращение к актуальной ситуации, т. е. гомогенные метафоры.

Близкое родство метонимии с актуальной ситуацией порождает теоретические проблемы. Манипулирование с помощью метонимии граничит с манипулированием с помощью повестки дня и иногда трудно отличимо от него. Метонимии в культуре имеют прямое отношение к декларированной типичности. Например, мы выбираем типичную деталь, когда частью обозначаем целое, как в синекдохе «министерское кресло» или «портфель министра». Если это человек с портфелем, мы формируем представление о занятости бумажной работой, что может быть и визуализовано. Если это человек, усевшийся в кресло, мы создаем представление о властных полномочиях: человек сидит в кресле и оттуда распоряжается. Это тоже легко визуализируется. Образы «типичных» представителей чужих народов и социальных групп также формируются с помощью метонимии.

В отношении же изобразительности близость к ситуации размывает границу между метонимией и эллипсисом: «выпил рюмку, выпил две», как легко видеть, есть просто элиминирование дополнения «водки». При этом, если бы метонимия была таким же ординарным изобразительным средством, как метафора, она вынуждала бы нас представлять выпивание расплавленной рюмки. Очевидно, ее изобразительность, как, впрочем, и изобразительность иронии, сродни фигуре и не может быть рассмотрена только как соположение двух образов, поскольку в явном виде выражает отношение говорящего к предмету.

Мы особо останавливаемся здесь на этих нюансах, потому что школьные представления о тропах в значительной мере порождены удобством классификации. Экологическое же мышление требует от нас другого.

3. Фигуры и эмоции

В нашей школе мы трактуем словесные фигуры как синтактические средства демонстрации чувств говорящего с помощью диаграмматического иконизма. Фиксация на какой-то эмоции порождает фиксацию на каком-то выражении. Словесные повторы сигнализируют об устойчивости чувства, но, разумеется, не о его

качестве, как когда-то мечталось. Фигуры убавления сигнализируют о решимости. Фигуры перестановки — о смятенности.

В экологическом аспекте фигуры, видимо, имеют меньший удельный вес, чем тропы. Однако частое употребление фигур одного типа в определенном дискурсе оказывается заметным. Исследователи языка художественной прозы отмечают, что так называемый периодический синтаксис, основанный на фигурах прибавления и поддерживающий логику разворачивания мысли, сегодня находится явно не в тренде. В тренде актуализующий синтаксис, изобилующий фигурами разрыва и перестановки. Такие данные имеют значение не только для литературоведения. Они говорят о влиянии на художественный дискурс других видов дискурса и об обратном влиянии литературы на другие дискурсы.

Во времена становления в России судебного красноречия заметно было именно обратное влияние. Это влияние Толстого, Тургенева, Гончарова, Достоевского. Для современной прозы, напротив, заметнее влияние на литературу «рваного» синтаксиса рекламы. Однако так или иначе, но дисбаланс актуализующего и периодического синтаксиса в общественном дискурсе говорит об эмоциональном и логическом расфокусировании. Поразительно, но «поток сознания», отсутствие дейксисов и частые вставки становятся приметами даже научного дискурса. Если анализировать все эти тексты как проявление эмоций, считываются неуверенность и смятение.

4. Стили

Главное отличие риторических стилей от стилей, выделяемых стилистикой (или декорум-риторикой), состоит в представлении о том, что разные стили могут использоваться в одном тексте в зависимости от задач автора. Так, если у Ломоносова три стиля связываются с разными речевыми жанрами, то в риторике те же три стиля связываются с задачами оратора и рекомендуются в разных частях одной и той же речи.

В целом же стили близко связаны с достоинствами речи. В функциональной стилистике все стили подчинены уместности. В риторике есть возможность связывать стиль и с другими достоинствами. Так, изящный стиль связан с красотой, простой — с ясностью.

Однако так или иначе отчетливость и целостность стиля ведут к предсказуемости и работают на упорядоченность коммуникации, а стилевая непоследовательность ведет к коммуникативному хаосу. И здесь, как и всюду, можно уповать либо на регламент, либо на культивирование.

5. Перспективы исследований в области элокуции

Хотя теории тропов уделяется значительное внимание благодаря прорывам в области когнитивной лингвистики, здесь есть что делать, начав хотя бы с коррек-

тировки ошибок самой этой лингвистики, слишком увлекшейся своими победами и фактически сделавшей не так много после применения к тропу идей фрейма и обнаружения роли метафор в формировании представлений о мире. Хорошая новость состоит в том, что в силу кристальности идей когнитивной лингвистики кристальны и ее ошибки. Ключевое слово — динамика. Необходимо изучать метафоры в динамике, изучать пути утраты ими способности формировать представления о мире, изучать «жизнь метафор после смерти», изучать их влияние на ментальное поле, учитывая и положительную, и отрицательную обратную связь.

Большое значение имело бы сегодня более пристальное внимание к метонимии, которая в связи с визуализацией культуры занимает господствующее положение, в том числе и как средство манипуляции. Было бы целесообразно обозначить целый класс вербальных и невербальных явлений, родственных метонимии. Сюда вошли бы и мем, и семантический прототип, и модельный пример, и прочее.

Метонимия, гипербола (с мейозисом) и ирония, вопреки принятым классификациям, обнаруживают определенное функциональное родство, что отражено и в самой истории «перекладывания» этих явлений из кластера в кластер: время от времени их относили не к тропам, а к фигурам. Во всяком случае, с точки зрения убеждающей речи, опирающейся на этос, или характер, метонимия, гипербола и ирония гораздо больше, нежели метафора, выражают позицию говорящего.

Перспективным представляется нам и обращение к большим спискам тропов, имевших хождение в древности. Многие из квазитропов, входящих в эти списки, могли бы навести современного исследователя на интересные мысли. Сюда же следует отнести и «экзотические» виды иронии, вроде миктеризма, и трактовку паремии и инигмы как тропов, и т. п.

Связь фигур с диаграмматической изобразительностью представляется перспективной в отношении синтаксической моды. Было бы полезно проследить движение такой моды за пределами одного дискурса, скажем, судьбу фигур разрыва в художественном дискурсе, научном дискурсе и в блогосфере.

Важным видится и изучение стилей, точнее разметка пространства стилей. Такая разметка, соответствующая сегодняшнему положению дел, до сих пор никем не сделана.

«Мемория» и «акция» в наши дни

Мемория, или запоминание, — часть классической риторики, ответственная за запоминание речи, рассчитанной на устное произнесение, для чего разрабатывались специальные мнемотехнические приемы. Сегодня в такой мемории большого смысла нет.

Сегодня мемория должна быть обращена скорее к слушающему, чем к говорящему. Смысл в том, чтобы сказанное запоминалось, что особенно важно в условиях информационной перегруженности и ослабления авторской позиции.

Это хорошо осознается обществом, и именно поэтому появились такие новые явления, как слоганы и мемы.

Слоган связан с исходной убеждающей речью, будь то реклама или политическая речь. Слоган может быть частью любой убеждающей речи, словесной формулой, которая в силу своей формы остается в памяти слушателей после того, как речь закончена. Он может быть простым лейблом речи, напоминанием о ней, а может — что, конечно, лучше — передавать главную мысль.

Ту же роль, что и слоган, может играть метафора, рассчитанная на долгое функционирование. Это может быть развернутая метафора, в которую «упакована» вся концепция речи, или просто броская метафора-лейбл, ассоциирующаяся с этой речью.

По-другому устроен мем, который можно толковать как троп, близкий к метонимии или металепсису. Мем — это памятный знак, который может вообще не ассоциироваться с какой бы то ни было речью и даже с каким бы то ни было утверждением. Мем вполне может быть автономным, намекающим только на себя самого. Такие мемы используются как маркеры принадлежности к определенной речевой культуре.

Так понятая мемория имеет отношение к экологии языка. Особенно интересна продолжительность жизни мемов.

Акция, т. е. сама презентация речи, — это как раз то, чему учат на риторических тренингах. Авторы многих тренингов, актеры в прошлом или актеры по призванию, пускают в дело чисто актерские инструменты, такие как преодоление «зажимов» и т. п. Главный запрос клиентов таких тренингов вполне предсказуем: научите меня не бояться аудитории, свободно говорить перед камерой, спокойно стоять перед сотней слушателей и т. п. Один из самых успешных тренеров советует почувствовать себя альфа-самцом.

Вторым после актерского мастерства ресурсом акции является разработанная сегодня теория паравербальных и невербальных средств коммуникации. Большое значение в устной журналистике придается интонационному контуру, принципу AIDA (внимание, интерес, желание, действие), позаимствованному из практики маркетинга. Кстати, именно поэтому речь журналиста выглядит однообразно, но узнаваемо, иными словами, это превратилось в унифицированный стиль. Некоторую роль играет и семиотика поз, также разработанная в конце двадцатого века.

Наконец, сегодняшняя акция оказывается связанной с презентацией, и этим занимается риторика презентаций. Однако изучать презентацию, в которой используются и вербальные, и невербальные средства, невозможно в отрыве от содержания речи. В риторике презентации, с нашей точки зрения, большое значение имеет инвенция. Выбор «картинок» есть не что иное, как выбор общих мест, выбор схем — это логические топосы. Сам выбор кадров — это прагматические топосы.

Нам кажется, что сегодня меморию лучше трактовать как теорию запоминающихся фрагментов речи.

В связи с таким видом акции, как презентация, было бы интересно связать последнюю с теорией топосов — логических, прагматических и общих мест.

Наиболее перспективным направлением исследований представляются исследования в области инвенции и элокуции. В области инвенции на первом месте должна стоять обновленная теория топосов в ее корреляции с тем, что сделано сегодня вне риторики. В области элокуции приоритет за теорией тропов. При обилии новых работ по метафоре здесь явно есть что делать.

Возможные практические и организационные шаги

Такими шагами представляется создание двух коммуникативных площадок — для обмена идеями и для создания образцов.

Возможные журналы

1. Научный журнал

Было бы замечательным, если бы существовал журнал, специально посвященный теоретическим вопросам риторической экологии. Мы знаем авторов, которые охотно писали бы в рубрики «Научный дискурс» и «Политический дискурс». Здесь могли бы публиковаться статьи по экологической лингвистике, не связанные с риторикой напрямую, но дающие экологической риторике пищу для размышлений. Журнал в настоящее время представляется нам как электронный и ежеквартальный. Все это лишь перспектива, и мы были бы благодарны за сотрудничество и помощь. Мы также могли бы рассматривать этот журнал как приложение к существующему журналу риторической или лингвоэкологической тематики.

Гипотетически журнал можно было бы назвать «Экология коммуникации». Думается, что в нем нашлось бы место и для риторов, и для стилистов, разделяющих родственные экологическому подходу взгляды. Наша школа не претендует на ведущие позиции в подобном журнале. Ее задача — участвовать в инициации процесса и периодически размещать в таком журнале статьи, презентующие наши исследования.

2. Популярный журнал

Идею журнала языковой моды мог бы воплотить ежемесячный электронный журнал, где публиковались бы удачные феномены убеждающей речи, работающие на культивирование языка. Этот журнал должен пропагандировать литературный вкус. Он также должен пропагандировать риторическую терминологию, возможно, вводить новые номинации.

Возможные объединения

Возможные объединения мыслятся по аналогии с возможными журналами. Научному журналу соответствует воркшоп, а популярному — коммуникативная площадка по созданию образцов убеждающих речей.

1. Воркшоп

Первой же целью такого воркшопа была бы конструктивная критика настоящего манифеста и выработка улучшенной «версии-2». В дальнейшем можно было бы сосредоточиться на том, что будет признано актуальным.

2. Площадка

Коммуникативная площадка с «разбором полетов» была бы очень полезна в плане культивирования языка.

Школа

Здесь также сохраняется уже заявленная двучленная структура наших предложений — курсы и конкурсы.

Необходимы новые предложения по преподаванию риторики. Удачной идеей представляется конкурс программ, который можно провести в рамках воркшопа.

Таким же образом можно организовать конкурс видеолекций и учебников. Целью таких конкурсов будет не столько выявление победителя с его последующим премированием, сколько возможность обсуждения программ, учебников и лекций в целях обмена идеями.

Возможно и проведение конкурсов среди самих обучающихся с публикацией их текстов.

Практические шаги так или иначе связаны с рефлексией. Это может быть научная рефлексия, развивающая саму риторическую теорию и организованная в рамках научного сообщества, и языковая рефлексия, целью которой является стимуляция риторического мышления в обществе.

Заключение

Человечество знает только два пути формирования сферы общения — культивирование и регламентацию.

Первый путь — путь классической риторики. Ее сильная сторона — языковая рефлексия, вылившаяся в фиксирование удачных и неудачных прецедентов речи. Исторически это фиксирование происходило в каталогах и породило множество терминов, за что риторику не ругал только ленивый, не понимая социального значения этой стратегии. Риторика возлагала надежды на человека. Она культивировала, выращивала личность говорящего, а это в конечном счете вело к формированию общества.

Путь регламентации был освоен поздно, в эпоху национальных государств, и впервые был опробован в абсолютистской Франции; он немыслим без активной языковой политики государства. Научное обоснование этот путь получил только в двадцатом веке. Кодификация нормы обосновывается тем, что она позволяет нам различать тончайшие нюансы языка, поскольку у нас под рукой есть эталоны — словари и справочники.

Сегодняшняя риторика не озабочена культивированием языка. Она лишь готова вооружать желающих приемами убеждения, причем цель (а у желающих могут быть разные цели) оправдывает средства.

Сегодняшняя норма столкнулась с практически неразрешимой проблемой, вытекающей из специфики самой структуры коммуникативного пространства. Дело не в том, что норму можно либерализовать, а в том, что подавляющее большинство носителей языка просто не видит никакого смысла следовать норме в своей повседневной деятельности. Норма не дает нам ни социальных, ни каких-либо других преимуществ.

Сегодня практически ничто не противостоит коммуникативному хаосу, оскудению языка, коммуникативной неграмотности и другим последствиям сложившегося положения дел.

Нетрудно видеть, что все проблемы современного общения по своему происхождению и последствиям — экологические. Они связаны с «загрязнением» коммуникативной среды, утратой разнообразия, дисбалансом и потерей адаптивности. В отдельных дискурсах, включая даже научный, можно отметить нарушение принципа устойчивого развития.

Наш манифест призывает к тому, чтобы со всей научной ответственностью осознать и со всей возможной точностью сформулировать проблему, не отговариваясь школьными истинами или красивыми цитатами из модных философов. А поскольку проблема, скорее всего, экологическая, то и лечить ее надо экологическими методами.

Оглавление


[Pagina vacat]


“
Сегодня практически ничто не противостоит коммуникативному хаосу, оскудению языка, коммуникативной неграмотности и другим последствиям сложившегося положения дел.
Наш манифест призывает к тому, чтобы со всей научной ответственностью осознать и со всей возможной точностью сформулировать проблему, не отговариваясь школьными истинами или красивыми цитатами из модных философов.
Г.Г. Хазагеров